

REPRESENTASI HEGEMONI BUDAYA POPULER DALAM MAJALAH
(Studi Analisis Isi tentang Feminisme, Kecantikan, dan Gaya Hidup dalam
Majalah Remaja Perempuan *GoGirl!* Edisi Oktober 2016 – Maret 2017)



Oleh:

RR. FAUZIAH RAMADHANI

D1215050

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

**REPRESENTASI HEGEMONI BUDAYA POPULER DALAM MAJALAH
(Studi Analisis Isi tentang Feminisme, Kecantikan, dan Gaya Hidup dalam
Majalah Remaja Perempuan *GoGirl!* Edisi Oktober 2016 – Maret 2017)**

Karya:

Nama : Rr. Fauziah Ramadhani
NIM : D1215050
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi pada

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Prof. Drs. Pawito, Ph. D

NIP. 19540805 198503 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi,
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Jumat

Tanggal : 22 September 2017

Panitia Penguji :

Penguji 1 : Drs. Ign. Agung Satyawan, S.E., S.I.Kom., M.Si., Ph.D

NIP. 19590708 198708 1 001 (.....)

Penguji 2 : Firdastin Ruthnia Yudiningrum, S.Sos., M.Si

NIP. 19760524 201012 2 001 (.....)

Penguji 3 : Prof. Drs. Pawito, Ph.D

NIP. 19540805 198503 1 002 (.....)

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dekan



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 19610825 198601 2 001

MOTTO

“Cukuplah Allah menjadi penolong bagi kami,
dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung”

(QS. Ali Imran: 173)

“I’m tough, I’m ambitious, and I know exactly what I want.

If that makes me a bitch, okay.”

(Madonna)

“May the odds be ever in your favor”

(Hunger Games)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rr. Fauziah Ramadhani

NIM : D1215050

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi saya berjudul **REPRESENTASI HEGEMONI BUDAYA POPULER DALAM MAJALAH (Studi Analisis Isi tentang Feminisme, Kecantikan, dan Gaya Hidup dalam Majalah Remaja Perempuan GoGirl! Edisi Oktober 2016 – Maret 2017)** benar-benar merupakan karya saya sendiri. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil menjiplak, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Surakarta, 22 September 2017



Rr. Fauziah Ramadhani

D1215050

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk,
Bapak dan Ibuk, H. R. Moh. Yamin dan Sri Hunun Sulistyorini,
atas segala cinta, dukungan dan kepercayaan yang tidak pernah berhenti
atas semua doa-doa yang dipanjatkan di sepertiga malam dan pagi buta
atas telepon-telepon singkat dan pertanyaan tentang kabar
atas begitu banyak pengertian bahwa keberhasilan seseorang,
tidak hanya berakar pada siapa yang lulus tepat waktu
maka skripsi dan ucapan terimakasih rasanya tak akan pernah cukup
untuk membalas semua kebaikan yang diberikan Bapak & Ibuk
Semoga Allah SWT selalu melimpahi kesehatan,
umur panjang, dan kebahagiaan bagi Bapak & Ibuk.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi dengan judul **REPRESENTASI HEGEMONI BUDAYA POPULER DALAM MAJALAH (Studi Analisis Isi tentang Feminisme, Kecantikan, dan Gaya Hidup dalam Majalah Remaja Perempuan GoGirl! Edisi Oktober 2016 – Maret 2017)** dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan hasil penelitian dari ketertarikan penulis tentang banyak hal dalam ilmu sosial seperti budaya populer, konsumsi, feminisme, dan media massa khususnya majalah. Sungguh banyak sekali hal-hal yang ingin dibahas dalam skripsi ini, namun mengingat keterbatasan waktu, tempat, dan finansial maka selesainya skripsi ini sudah lebih dari cukup; *“stop your idealism and graduate peacefully”*.

Penyusunan skripsi ini tidak lain merupakan salah satu syarat penulis untuk memperoleh gelar S1 pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’aala, yang selalu ada untuk mendengar semua doa
2. Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

3. Bapak Sri Hastjarjo, S. Sos. Ph. D. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta
4. Bapak Prof. Drs. Pawito, Ph. D. selaku Dosen Pembimbing yang sabar dan baik hati memberikan waktu dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini meski saya sering tidak nurut dan suka memulai perdebatan
5. Teman-teman, saudara, keluarga besar Ilmu Komunikasi Non Reguler 2015 FISIP UNS atas dua tahun yang luar biasa. Anak-anak kelas B, terutama Fadil, Mas Bayu, Dhanti, Tita, Sari, Aristy, Tyas; tempat cerita ini dan itu.
6. Yang terus meyakinkan bahwa selalu ada jalan untuk orang-orang yang berjuang: Ardhi, Arini dan Ami. Teman-teman ‘anak nongkrong’ perpus yang selalu menemani: Ramji, Nasya, dan Maudy.
7. Teman-teman rantau Koloni MMB 2011, Mbacik, Adit, dan Andri; selalu menjadi tempat ampuh untuk menenangkan rindu rumah.
8. Teman-teman seperjuangan bimbingan Prof Wito yang selalu menyemangati dan baik hati memberikan bantuan.
9. Keluarga KKN Banda Neira Bercerita Periode Januari 2017, terutama GGS crew: Mery, Tika, dan Fitri; yang selalu ada menghibur di titik jenuh. *Dangke par samua yang se kasih, Nyong & Nona!*
10. Serta segenap pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih!

Semoga hasil penelitian ini dapat mendatangkan manfaat bagi para pembaca. Apabila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis memohon kritik dan saran demi memperbaiki sajian hasil penelitian ini.

Surakarta, 13 September 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv

BAB I

PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan	7
D. Manfaat	7
E. Telaah Pustaka	8
E. 1. Globalisasi atau imperialisasi?.....	8
E. 2. Hegemoni.....	12
E. 3. Budaya Populer.....	16
E. 4. Representasi	20
E. 5. Media Massa: Majalah.....	25
E. 6. Analisis Isi Kuantitatif	31

E. 7. Penelitian Terdahulu	35
F. Kerangka Pemikiran.....	40
G. Definisi Konseptual.....	41
G. 1. Feminisme.....	41
G. 2. Kecantikan	42
G. 3. Gaya Hidup	42
G. 4. Budaya Populer.....	43
H. Definisi Operasional.....	44
I. Metode Penelitian.....	54
I. 1. Jenis Penelitian	54
I. 2. Obyek Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	55
I. 3. Sumber Data	55
I. 4. Teknik Analisis	56
I. 5. Unit Analisis	58
I. 6. Pengukuran	59
J. Validitas	61
K. Reliabilitas	62

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	66
A. Konsep GoGirl! Magazine	68
B. Format dan Isi GoGirl! Magazine	69
C. Rubrikasi	70
D. Iklan.....	74
E. Detail Fisik GoGirl! Magazine (Mulai Edisi Oktober 2016)	76

F. Kepengurusan GoGirl! Magazine	77
--	----

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Penyajian Data Distribusi Frekuensi Rubrik-rubrik GoGirl! Magazine Berdasarkan Representasi Feminis.....	81
B. Penyajian Data Distribusi Frekuensi Rubrik-rubrik GoGirl! Magazine Berdasarkan Representasi Kecantikan	88
C. Penyajian Data Distribusi Frekuensi Rubrik-rubrik GoGirl! Magazine Berdasarkan Representasi Gaya Hidup	95
D. Penyajian Data Distribusi Frekuensi Rubrik-rubrik GoGirl! Magazine Berdasarkan Fungsi Komunikasi.....	99
E. Menyoal Hegemoni Budaya Populer dalam Representasi	101
E. 1. Bahasa.....	103
E. 2. Informasi.....	105
E. 2. 1. Ideologi Feminis	106
E. 2. 2. Fesyen dan Kecantikan.....	109
E. 2. 3. Gaya Hidup Kalangan Muda	112

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
A. Kesimpulan	115
B. Batasan Penelitian dan Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Represetasi feminis dalam GoGirl! Magazine	83
Tabel 2. Sample artikel masing-masing kategori	87
Tabel 3. Citra dalam Representasi Kecantikan GoGirl! Magazine.....	90
Tabel 4. Foto tubuh dalam representasi kecantikan GoGirl! Magazine.....	91
Tabel 5. Pakaian dalam representasi kecantikan GoGirl! Magazine	91
Tabel 6. Ekspresi wajah dalam dalam representasi kecantikan GoGirl! Magazine	93
Tabel 7. Aktivitas waktu luang dalam representasi gaya hidup GoGirl! Magazine	96
Tabel 8. Obyek yang dikonsumsi dalam representasi gaya hidup GoGirl! Magazine	97
Tabel 9. Fungsi komunikasi dalam GoGirl! Magazine.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka pemikiran	41
Gambar 2. Alur metode analisis isi kuantitatif.....	57
Gambar 3. Logo GoGirl! Magazine	68

ABSTRAK

RR. FAUZIAH RAMADHANI, D1215050, REPRESENTASI HEGEMONI BUDAYA POPULER DALAM MAJALAH (Studi Analisis Isi tentang Feminisme, Kecantikan, dan Gaya Hidup dalam Majalah Remaja Perempuan GoGirl! Edisi Oktober 2016 – Maret 2017)

Majalah sebagai media massa mampu bertindak sebagai *cultural transmitter* dengan menciptakan representasi dan konstruksi terhadap khalayak, GoGirl! Magazine salah satunya. Sebagai majalah buatan lokal, sejak awal kemunculannya GoGirl! Magazine malah menampilkan artis-artis perempuan Hollywood pada sampulnya yang diidentikkan sebagai bentuk imperialisasi budaya. Namun terhitung sejak Oktober 2016, majalah ini mengubah konsepnya secara signifikan yang menguatkan anggapan adanya kecenderungan hegemonik budaya populer yang secara masif dibentuk oleh arus globalisasi. Majalah ini dianggap mampu menyebarluaskan ideologi budaya populer kepada kalangan muda serta bertanggung jawab atas pengikisan budaya asli.

Penelitian ini mengacu pada teori hegemoni budaya yang dirintis oleh Antonio Gramsci, yang berpendapat bahwa kelompok subordinat menerima ide, nilai, dan kepemimpinan dari kelompok dominan karena alasan mereka sendiri dan melakukannya secara sadar tanpa adanya paksaan.

Penelitian ini membahas representasi budaya populer yang dimuat dalam GoGirl! Magazine yang meliputi feminisme, kecantikan dan gaya hidup; yang dianalisa menggunakan analisa isi kuantitatif dari rubrik-rubrik yang dimuat. Sehingga dapat disimpulkan hegemoni budaya populer dalam majalah ini diindikasikan oleh: (1) obsesi penggunaan bahasa dan *slang* Inggris, (2) penyuguhan informasi dengan pesan-pesan feminis, ditampilkannya fesyen yang berkiblat pada industri fesyen Barat dan kecantikan ideal yang condong pada standar kecantikan Jepang dan Korea, serta (3) rekomendasi-rekomendasi gaya hidup yang bercita rasa global.

Kata kunci: representasi, media massa, majalah, hegemoni, budaya populer

ABSTRACT

RR. FAUZIAH RAMADHANI, D1215050, REPRESENTATION OF POPULAR CULTURE HEGEMONY IN MAGAZINE (Content Analysis Study on Feminism, Beauty and Lifestyle in GoGirl! Women Magazine October 2016 - March 2017 Issue)

Magazines as mass media are capable to transmitting culture by creating representation and construction of the society, GoGirl! Magazine for the example. As a locally made magazine, since its emergence, GoGirl! Magazine featured Hollywood female artist on its cover instead and it's identified as a form of cultural imperialization. But since October 2016, this magazine has changed its concept significantly, reinforcing the notion of a popular culture hegemonic that is massively shaped by the flow of globalization. This magazine is considered to spreading popular culture ideology to adolescent and responsible for the erosion of the indigenous cultures.

This study refers to the theory of cultural hegemony initiated by Antonio Gramsci, who argues that subordinate groups accept the ideas, values, and leadership of the dominant groups for their own reason and do so consciously without any force.

This study discusses the representation of popular culture contained in GoGirl! Magazine that include feminism, beauty, and lifestyle; which were analyzed using quantitative content analysis of their published rubrics. It can be conclude that the hegemony of popular culture in this magazine is indicated by: (1) obsession of using English language and slang, (2) presenting information with feminist messages, latest fashion trends that tend to Western fashion-oriented industry and ideal beauty that tend to Japanese and Korean beauty standards, and (3) lifestyle recommendations that are influenced by global trends.

Keyword: *representation, mass media, magazine, hegemony, popular culture*